

**STRATEGI BISNIS WARUNG SOTO AYAM “CAK SUEP” PADA
PERUMAHAN DELTA SARI INDAH DI WARU SIDOARJO**

SKRIPSI



Oleh :

RHIZAL FERDIANSYAH C
0642010050

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2010

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahNYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan ini penulis mengambil judul dalam penyusunan skripsi yaitu Strategi Bisnis Warung Soto Ayam “Cak Suep” Pada Perumahan Delta Sari Indah di Waru Sidoarjo.

Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Terutama sekali penulis ucapkan terima kasih kepada Bpk R.Y. Rusdianto, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Selain itu penulis juga menyampaikan terima kasih atas segala bantuannya kepada :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Sadjudi, Drs, SE, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Nurhadi, Drs, M.Si. selaku sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua orang tua penulis, atas segala doa, dorongan, semangat dan juga kasih sayang serta kesabaran yang tiada henti dalam mendukung menyelesaikan proposal penelitian ini.
5. Bapak Suep selaku pemilik warung Soto Ayam yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu memberi data dalam penyusunan laporan ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih ada kekurangan baik dalam segi teknis maupun segi materi penyusunannya, untuk itu penulis senantiasa bersedia dan terbuka menerima saran maupun kritik yang tentunya bersifat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, serta besar harapan dari penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Mei 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
ABSTRAKSI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen Strategi	9
2.1.2 Strategi Fungsional	11
2.1.3 Analisis SWOT	21
2.1.4 Pengertian Pedagang Kaki Lima	26
2.1.5 Penjualan	27
2.1.5.1 Proses Penjualan	28
2.1.5.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	30
2.1.6 Profit	32
2.1.7 Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
3.2 Batasan Masalah Penelitian	36
3.3 Lokasi Penelitian	37
3.4 Unit Analisis Penelitian	37

3.5 Subyek dan Informan Penelitian	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.7 Teknik Analisa Data.....	41
3.8 Pengujian Keabsahan Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
4.2 Hasil Penyajian Data	46
4.2.1 Identitas Informan	47
4.2.2 Hasil Penelitian	58
4.2.2.1 Warung Soto Ayam “Cak Suep”	58
4.3 Pembahasan	72
4.3.1 Strategi Produksi	72
4.3.2 Strategi Sumber Daya Manusia.....	75
4.3.3 Strategi Keuangan	78
4.3.4 Strategi Pemasaran	81
4.3.5 Analisa SWOT	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN 1	93
LAMPIRAN 2	98
LAMPIRAN 3	100
LAMPIRAN 4	102
LAMPIRAN 5	104
LAMPIRAN 6	105
LAMPIRAN 7	106
LAMPIRAN 8	107
LAMPIRAN 9	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar.1. Kerangka Berpikir	33
-----------------------------------	----

ABSTRATKSI

RHIZAL FERDIANSYAH CRISTIAWAN, STRATEGI BISNIS WARUNG SOTO AYAM “CAK SUEP” PADA PERUMAHAN DELTA SARI INDAH DI WARU SIDOARJO

Peran Pedagang Kaki Lima dalam menunjang kegiatan ekonomi masyarakat sangatlah penting karena usaha kecil merupakan salah satu pilar perekonomian nasional akhir-akhir ini banyak mendapat perhatian. Hal ini disebabkan karena kemampuan bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi. Usaha kecil dianggap masyarakat mampu untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang bergerak dibidang sektor informal, maka masyarakat mulai berpikir untuk menjalankan usaha kecil yang memiliki inovasi dalam menjalankan kegiatan bisnis usaha kecilnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis yang dilakukan oleh bapak Suep selaku pemilik warung soto ayam “Cak Suep”. Strategi bisnis tersebut antara lain strategi produksi, strategi keuangan, strategi manajemen sumber daya manusia, dan strategi pemasaran.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (natural setting), dimana peneliti adalah instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Dari hasil analisa data diketahui bahwa dalam strategi produksi bapak Suep tidak melakukan teknik-teknik tertentu, hanya saja dalam proses memasak ayam pada soto ayam ini memerlukan waktu yang sangat lama. Strategi keuangan dalam hal ini modal yang digunakan untuk mendirikan usaha soto ayam ini berasal dari modal sendiri yang diperoleh dari tabungan selama menjadi karyawan soto ayam milik kakaknya. Pencatatan keuangan dalam warung soto ayam “Cak Suep” belum dilakkan secara sistematis. Strategi manajemen sumber daya manusia yaitu bapak Suep mempekerjakan 2 orang tenaga kerja, 1 orang tenaga kerja dipekerjakan untuk kegiatan operasional sehari-hari, dan seoarng tenaga kerja dipekerjakan jika mendapat pesanan soto ayam untuk acara-acara tertentu. Strategi pemasaran dilakukan dengan cara tidak formal, yaitu mengandalkan penyampaian informasi yang diberikan pelanggan lama ke oarng-orang baru yang belum pernah membeli soto ayam “Cak Suep”.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, usaha kecil selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan yang penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Usaha kecil yang merupakan salah satu pilar perekonomian nasional, akhir-akhir ini banyak mendapat perhatian. Hal ini disebabkan karena kemampuannya bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi dan menyerap tenaga kerja sangat membantu kelangsungan roda perekonomian di negara kita.

Karena usaha kecil dianggap masyarakat mampu untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang bergerak dibidang sektor informal, maka masyarakat mulai berpikir untuk menjalankan usaha kecil yang memiliki inovasi dalam menjalankan kegiatan bisnis usaha kecilnya.

Semakin banyaknya usaha kecil mengakibatkan ketatnya persaingan membuat pelaku bisnis yang lebih unggul, dituntut untuk mencari kiat-kiat yang tepat agar tetap mampu bertahan menghadapi persaingan. Oleh karena itu,

penyesuaian diri pelaku bisnis terhadap perkembangan keadaan mutlak diperlukan.

Menghadapi persaingan tersebut, pelaku bisnis membutuhkan suatu strategi yang terpadu yang dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif / inovatif untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing. Kemampuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing dapat dilakukan antara lain dengan menetapkan strategi bisnis yang tepat.

Salah satu alasan banyaknya pedagang kaki lima yang tidak dapat bertahan lama dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah karena kurang tepatnya strategi bisnis yang dilakukan. Oleh sebab itu pedagang dituntut untuk dapat menjalankan usahanya dengan strategi bisnis yang tepat untuk mempertahankan kelangsungan usahanya dari tahun ke tahun. Warung soto ayam “Cak Suep” merupakan salah satu contoh pedagang kaki lima yang dapat bertahan dari tahun ke tahun dengan produk soto ayamnya. Suatu usaha dapat bertahan lama dari tahun ke tahun tidak lepas dari strategi bisnis yang dilakukan oleh pemilik usaha atau pelaku bisnis tersebut.

Strategi bisnis yang dilakukan pedagang merupakan strategi awal dalam mengembangkan usahanya di kemudian hari. Jika strategi tersebut berjalan sesuai dengan rencana maka kegiatan usaha akan dapat bertahan dari waktu ke waktu. Warung soto ayam “Cak Suep” yang berada di perumahan Delta Sari Indah merupakan pedagang kaki lima yang paling lama dan tetap eksis dalam

menjalankan usahanya. Untuk menghadapi persaingan pasar, pedagang soto ini tentunya memiliki cara-cara tertentu dalam memenangkan persaingan pasar sehingga dapat bertahan dari tahun ke tahun.

Dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, perbedaan dalam menerapkan kreativitas strategi yang dilakukan pelaku bisnis menjadi suatu keharusan. Keunggulan dasar yang diperoleh pelaku bisnis ketika mampu menerapkan kreativitas strategi yang dilakukan dapat meningkatkan kinerja pemasaran dan pembelanjaan organisasi.

Perilaku kreatif seseorang dipengaruhi oleh motivasi berkekrativitas, kebebasan dan sumber daya manusia. Seseorang akan berperilaku kreatif jika mempunyai motivasi intrinsik tinggi, tertarik, menikmati dan puas atas tantangan dalam pekerjaannya, dalam hal ini adalah membuat program strategi bisnis yang tepat guna.

Kenyataan di lapangan menunjukkan kurangnya kemampuan berkekratif yang dilakukan pedagang merupakan salah satu sebab usaha yang dijalankannya tidak dapat bertahan lama. Pedagang dalam menjalankan usahanya dituntut untuk terampil dan kreatif dalam mengembangkan ide-ide yang ada dalam pikirannya untuk kemudian dituangkan dalam suatu rencana strategi bisnis dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dari sekian banyaknya pedagang yang belum mampu mempertahankan kelangsungan usahanya membuktikan strategi dan kreatifitas yang dilakukannya masih belum tepat, tetapi paling tidak terdapat beberapa pedagang yang telah menjalankan strategi yang tepat dalam

menjalankan usahanya sehingga dapat bertahan lama seperti pedagang soto ayam “Cak Suep” yang ada pada perumahan Delta Sari indah. Warung soto ayam “Cak Suep” merupakan salah satu pedagang yang dapat menunjukkan kreatifitas dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya, selain itu faktor strategi yang dilakukan juga turut berperan serta dalam mempertahankan dan mengembangkan kelangsungan usahanya dari waktu ke waktu.

Sampai saat ini yang menjadi salah satu masalah yang harus dihadapi dalam mengembangkan usaha kecil menengah adalah masalah permodalan. Sebagian besar modal tersebut berasal dari modal sendiri. Penentuan lokasi usaha juga sangat penting, hal tersebut sehubungan dengan efisiensi atas biaya dalam memperoleh bahan baku maupun menghemat biaya transportasi dalam distribusi dan penjualan produk akhirnya. Untuk mencapai hasil yang maksimal, maka selayaknya komponen-komponen dalam usaha kecil mempunyai kualifikasi efisien, efektif serta produktif. Biaya dan ongkos yang efisien, teknik produksi dan program pemasaran yang efektif, serta tenaga kerja dan penggunaan aktiva perusahaan secara produktif akan lebih menguntungkan bagi suatu usaha kecil (Subanar, 2001 : 33-34)

Perkembangan usaha kecil menengah dari waktu ke waktu secara rutin harus dilakukan pengkajian, penyempurnaan dan peningkatan. Masalah yang dihadapi oleh usaha kecil menengah adalah karena kondisi pengusaha pada umumnya lemah dalam kredit modal kerja. Permasalahan modal tersebut timbul karena tidak adanya titik temu usaha kecil menengah sebagai debitor dan pihak

kreditor. Di sisi debitor, karakteristik dari sebagian besar usaha kecil menengah di Indonesia antara lain adalah masih belum menjalankan bisnisnya dengan prinsip-prinsip manajemen modern, tidak/ belum memiliki badan usaha resmi, serta keterbatasan aset yang dimiliki. Sementara itu, di sisi kreditor, pemodal atau lembaga pembiayaan untuk melindungi resiko kredit, menuntut adanya kegiatan bisnis yang dijalankan dengan prinsip-prinsip manajemen modern, izin usaha resmi serta adanya jaminan (*collateral*) . Lembaga perbankan sebagai salah satu sumber modal secara optimal masih belum dapat membantu permasalahan yang dihadapi usaha kecil menengah. Relatif tingginya tingkat bunga kredit perbankan, prosedur serta persyaratan pengajuan kredit yang relatif sulit untuk dipenuhi, serta tidak adanya jaminan merupakan alasan utama bagi sebagian besar usaha kecil menengah untuk tidak mengajukan kredit kepada perbankan, usaha kecil menengah dengan segala keterbatasannya masih sulit untuk meraih modal dari sumber-sumber modal lembaga-lembaga keuangan non-bank. (Kuncoro dalam Rahayu, 2005).

Usaha kecil menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah, meskipun jika di lihat skala ekonominya tidak seberapa jauh namun jumlah UKM sangat besar dan dominan serta sumbangan yang diberikan selama ini baik untuk masyarakat maupun untuk negara dapat dirasakan hasilnya.

Terdapat tiga alasan yang mendasari negara berkembang memandang pentingnya keberadaan UKM yaitu, Pertama karena kinerja UKM cenderung

lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, sebagai bagian dari dinamikanya, UKM sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga adalah karena sering diyakini bahwa UKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dari pada usaha besar (Berry, dkk, 2001)

UKM yang ada di Sidoarjo bergerak pada agen-agen koran, kios, Pedagang Kaki Lima (PKL) dan lain lain. Tetapi pada penelitian ini objek penelitiannya adalah UKM yang bergerak pada Pedagang Kaki Lima yang berjualan makanan dan minuman yang paling ramai di wilayah perumahan Delta Sari Indah Waru Sidoarjo.

Pedagang Kaki Lima yang berjualan makanan dan minuman di perumahan Delta Sari Indah akhir-akhir ini semakin meningkat, tetapi hanya beberapa pedagang saja yang usahanya sangat ramai pengunjung dan merupakan pedagang lama yang bertahan sebelum pedagang-pedagang lain bermunculan. Salah satu pedagang tersebut adalah pedagang soto ayam “Cak Suep”. Pedagang Kaki Lima (PKL) di wilayah perumahan Delta Sari Indah ini merupakan salah satu usaha kecil menengah yang keberadaannya semakin banyak dan berkembang di lingkungan perumahan Delta Sari Indah. Hal ini mengakibatkan para pengusaha melakukan strategi bisnis masing-masing agar usahanya tetap bertahan lama serta konsumen mau dan suka membeli makanan dan minuman di warung tempat pedagang menjual dagangannya. Pemberian pelayanan pada konsumen, harga yang terjangkau, tempat yang strategis merupakan hal-hal yang

diperhatikan konsumen dalam memilih tempat yang cocok dan sesuai, sehingga konsumen merasa puas dan pengusaha dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam memasarkan makanannya.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas maka penulis ingin mengetahui bagaimana strategi bisnis yang dilakukan Pedagang Kaki Lima (PKL) yang ada di perumahan Delta Sari Indah, khususnya warung Soto Ayam “Cak Suep”.

1.2 Fokus Penelitian

Sebagai situasi sosial, di perumahan Delta Sari Indah Waru Sidoarjo yang ditetapkan sebagai tempat (*place*) terdapat (*actor*) yang menjual (*activity*), makanan dan minuman, fokus penelitian diarahkan pada strategi bisnis yang dilakukan oleh (*owner*) Pedagang Kaki Lima di perumahan Delta Sari Indah Waru Sidoarjo.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang didepan, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

“Strategi bisnis apakah yang dilakukan pedagang Soto Ayam “Cak Suep” di perumahan Delta Sari Indah”?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut :

“Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi bisnis apakah yang dilakukan pedagang Soto Ayam “Cak Suep” pada perumahan Delta Sari Indah di waru Sidoarjo.”

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Sebagai masukan bagi perusahaan (pedagang) dalam meningkatkan kinerjanya, serta sebagai referensi dalam pengambilan keputusan bisnis.
2. Sebagai referensi peneliti selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan sektor informal PKL